



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa comercializadora de repuestos de motos “Mi China” en la ciudad de Talara - Año 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Farro Chang, Wendy Marghot

ASESOR:

Mg. León Lerggios, Juan Pablo Miguel

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PIURA- PERÚ

2017

## PÁGINA DEL JURADO



Universidad César Vallejo  
Facultad de Ciencias Empresariales  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 8:00 pm del día VIERNES 22 de DICIEMBRE del 2017.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**“Estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa  
comercializadora de repuestos de motos “Mi China” en la ciudad de Talara –  
Año 2017”**

Sustentada por:

**FARRO CHANG WENDY MARGOTH**

Bachiller en: \_\_\_\_\_  
(Apellidos) (Nombres)

Administración.

ACUERDAN:

\_\_\_\_\_ *Aprobar* \_\_\_\_\_

RECOMIENDAN

**Presidente(a) del Jurado :** Dr. Freddy Castillo Palacios  
Nombres y Apellidos

*[Firma]*  
Firma

**Miembro del Jurado :** Dra. Nelida Rodríguez de Peña  
Nombres y Apellidos

*[Firma]*  
Firma

**Miembro del Jurado :** Mgtr. Iván Vegas Palomino  
Nombres y Apellidos

*[Firma]*  
Firma

**CAMPUS PIURA**  
Av. Prolongación Chulucanas S/N Z.I.III  
Tel.: (073) 285900 anx.: 5501

fb/ucv.piura  
somosucv.edu.pe  
#AsíEsLaUCV  
ucv.edu.pe

## **DEDICATORIA**

A mis padres, porque creyeron en mí y me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque gracias a ellos, hoy puedo ver alcanzada mi meta, debido a que siempre me impulsaron en los momentos más difíciles de mi vida y por el orgullo que sienten hacia mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.

A mi esposo, por ser mi compañero incondicional de toda la vida, a mi hija, por ser mi principal razón de ser, mi motor y motivo de cada día y a mis hermanos, que fomentaron en mí, el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencia y sobre todo felicidad.

A mis padres Francisco y Maritza, por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

A mis hermanos, por ser parte importante en mi vida y representar la unidad familiar, por llenar mi vida de alegrías y amor cuando más lo he necesitado.

A mi esposo Alberto, por ser una parte muy importante en mi vida, por haberme apoyado en las buenas y las malas, y sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

Al Dr. Freddy Castillo Palacios y Mg. Juan Pablo Miguel León Lerggios, por haber compartido conmigo sus conocimientos y sobre todo su amistad.

A la Universidad César Vallejo – Piura, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mis amigos, gracias por su amistad, consejos, apoyo, ánimo, compañía en los momentos más difíciles de mi vida y por todo lo que me han brindado.

### **Declaratoria de autenticidad.**

Yo, Wendy Margoth Farro Chang, con DNI N° 72768749 en efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que se adjunta es veraz y legítima.

Del mismo modo, declaro bajo juramento que todos los datos en información que se muestran en la presente tesis son auténticos y ciertos.

Es por ello, que asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información presentada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 21 de julio del 2017.



Wendy Margoth Farro Chang  
DNI N° 72768749

## ÍNDICE

Carátula.....	i
Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice .....	vi
Índice de tablas.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	15
2.1. Diseño de investigación.....	15
2.2. Variables, operacionalización.....	15
2.3. Población y Muestra .....	18
2.3.1. Población.....	18
2.3.2. Muestra.....	18
2.3.3. Muestreo.....	18
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	19
2.4.1 Técnicas.....	19
2.4.2 Instrumentos .....	19
2.4.3 Validez .....	19
2.4.4 Confiabilidad.....	20
2.5 Procedimiento .....	20
2.6 Métodos de análisis de datos .....	20
2.7 Aspectos éticos.....	20
III. RESULTADOS .....	21
IV. DISCUSIÓN .....	49
V. CONCLUSIONES .....	55
VI RECOMENDACIONES .....	57
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS .....	61
Anexo N°01 Matriz de consistencia .....	62
Anexo N°02 Cuestionario .....	65
Anexo N°03 Guía y/o ficha de observación .....	66

Anexo N°04 Asociación de mototaxistas registrados .....	68
Anexo N°05 Libro de códigos.....	69
Anexo N°06 Validaciones .....	72
Anexo N°07 Acta de aprobación de originalidad .....	82
Anexo N°08 Pantallazo del turnitin.....	83
Anexo N°09 Autorización de publicación .....	84
Anexo N°10 Autorización de la versión final .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Opinión de los transportistas urbanos de la ciudad de Talara por la ubicación de la empresa de repuestos “Mi China”.....	22
Tabla 2. Satisfacción de los transportistas urbanos de la ciudad de Talara por los productos que ofrece la empresa de repuestos “Mi China”.....	23
Tabla 3. Importancia de las características de los productos que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara compran en repuestos “Mi China”.....	23
Tabla 4. Tiempo que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara, tienen su moto...	24
Tabla 5. Opinión de los transportistas urbanos de la ciudad de Talara sobre la propiedad de la moto.....	25
Tabla 6. Marca de la moto de los transportistas urbanos de la ciudad de Talara.....	26
Tabla 7. Frecuencia con la que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara compran repuestos para su moto.....	27
Tabla 8. Empresa en la que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara compran repuestos para su moto.....	28
Tabla 9. Productos que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara compran en el establecimiento elegido.....	29
Tabla 10. Sexo y edad de los transportistas urbanos de Talara.....	30
Tabla 11. Lugar de residencia de los transportistas urbanos de la ciudad de Talara.....	31
Tabla 12. Factor por el que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara deciden comprar en la empresa de repuestos “Mi China”.....	32
Tabla 13. Medios más importantes que los transportistas urbanos de la ciudad de Talara consideran debe utilizar la empresa de repuestos “Mi China”.....	33
Tabla 14. Modalidades de pago que ofrecen las empresas de repuestos para motos de la ciudad de Talara.....	34



## **RESUMEN**

Esta tesis tiene como finalidad proponer estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa comercializadora de repuesto de motos “Mi China” en la ciudad de Talara – Año 2017. La población está comprendida por los transportistas urbanos de la ciudad de Talara, el cual asciende a 384 transportistas. En la presente investigación se utilizó la encuesta y la observación como técnicas de recolección de datos. Para el análisis de datos se codificaron los ítems de la encuesta en el patrón de vista de variables del paquete estadístico SPSS versión 19, donde se especifican todas las preguntas del cuestionario y sus respectivas escalas. Luego de dicho análisis se concluyó que las estrategias de marketing que contribuirán al posicionamiento de la Empresa Comercializadora de Repuestos de Motos “Mi China” en la ciudad de Talara son precios cómodos, valor agregado y la publicidad.

**Palabras claves:** Estrategias, marketing, posicionamiento, ventas, repuestos

## **ABSTRACT**

This thesis aims to propose marketing strategies for the positioning of the motorcycle marketing company “Mi China” in the city of Talara - Year 2017. The population is comprised of urban transporters in the city of Talara, which rises to 384 carriers. In the present investigation, the survey and observation were used as data collection techniques. For the data analysis, the survey items were coded in the variable view pattern of the statistical package SPSS version 19, where all the questions of the questionnaire and their respective scales are specified. After this analysis, it was concluded that the marketing strategies that will contribute to the positioning of the “My China” Motorcycle Parts Trading Company in the city of Talara are comfortable prices, added value and advertising.

**Keywords:** Strategies, marketing, positioning, sales, spare parts